

# **USULAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UD. SUMBER MUTIARA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Akademik  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



**Disusun Oleh :**

**NAMA : MOH FAUZAN ISNAN**

**NIM : 201610140311135**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### USULAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UD. SUMBER MUTIARA



Disusun Oleh :

MOH FAUZAN ISNAN

201610140311135

Menyetujui dan Mengesahkan:

Malang, 25 Oktober 2020

Dosen Pembimbing I

Teguh Baroto, S.T., M.T.  
NIP. 108.9704.0340

Dosen Pembimbing II

Dian Palupi Rastuputri, S.T., M.T.  
NIP. 108.0907.0479



Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Prof. Ilyas Masudhi, ST., M.log., ScM., PhD.  
NIP. 108.0203.0364

# **USULAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN**

Moh. Fauzan Isnan

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144

E-mail: Fauzan15smansa@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi penjualan, dan memberikan usulan bauran pemasaran agar bisa meningkatkan volume penjualan pada UD. Sumber Mutiara Sampang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian adalah seluruh konsumen UD. Sumber Mutiara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* serta jumlah sampel sebanyak 84 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan analisa deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, kecuali variabel lokasi dan orang. Variabel yang memiliki pengaruh dominan adalah variabel harga. Usulan bauran pemasaran untuk variabel yang paling tidak dominan yaitu variabel orang adalah membuat SOP karyawan, membuat seragam karyawan, membuat pelatihan baik untuk karyawan lama dan karyawan baru, dan menstandarisasi kualifikasi pekerja.

**Kata kunci:** *Bauran Pemasaran, Jasa, Volume Penjualan*

# **THE PROPOSED MARKETING MIX FOR INCREASING SALES**

*Moh. Fauzan Isnani*

*Industrial Engineering Study Program, Faculty of Engineering,*

*University of Muhammadiyah Malang*

*Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144*

*E-mail: Fauzan15mansa@gmail.com*

## **ABSTRACT**

**Abstract:** *This study aims to determine the factors that influence sales volume, to determine the most dominant factor affecting sales, and to provide a marketing mix proposal in order to increase sales volume at UD. Sumber Mutiara Sampang. This research is a quantitative study with the study population is all consumers of UD. Sumber Mutiara. The sampling method used was accidental sampling and the number of samples was 84 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis and descriptive analysis. The results showed that all marketing mix variables had a significant effect on sales volume, except for location and employee variables. The variable that has a dominant influence is the price variable. The proposed marketing mix for the least dominant variable in order to increase sales, namely the person variable is employee SOP, making employee uniforms, making training for both old employees and new employees, and standardizing worker qualifications.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Services, Sales Volume*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim.*

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga skripsi dengan judul “Usulan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Sumber Mutiara” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad Sholallahu ‘alaihi wasallam, Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonifin, para ulama’, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang;
2. Dekan Fakultas Teknik Muhammadiyah Malang;
3. Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberi kan ijin kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
4. Bapak Teguh Baroto, ST,.MT. dan Ibu Dian Palupi Restuputri S.T,.M.T., selaku dosen pembimbing yang baik hati memberikan waktu, arahan, dan bimbingan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
5. Kedua orang tua saya, Abd Latif Amin dan Siti Fatimah yang selalu memberikan do’a, dukungan, fasilitas, materil dan non materil serta kasih sayang yang luar biasa sehingga terselesaikan skripsi ini;

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do’a tulus yang dapat saya persembahkan. Semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya

terdaftar dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

*Billahittaufiq Wal Hidayah.*

Malang, 25 Oktober 2020

Moh. Fauzan Isnani



## DAFTAR ISI

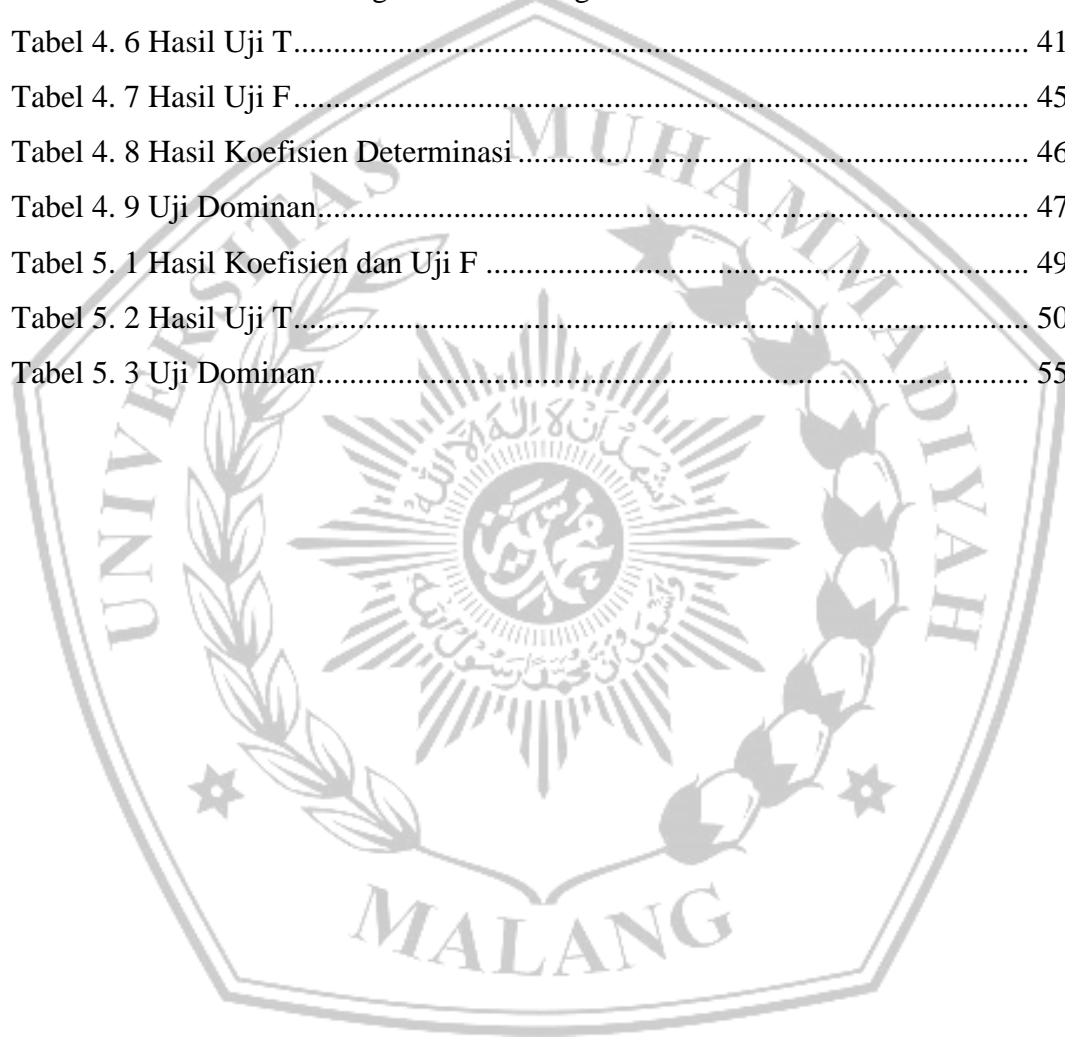
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	2
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>4</b>
2.1 Landasan Teori .....	4
2.1.1 Strategi Pemasaran .....	4
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	4
2.1.3 Identifikasi Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan..	5
2.1.4 Penetapan Bauran Pemasaran.....	12
2.1.5 Penjualan .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	13
2.3 Kerangka Berpikir.....	17
2.4 Hipotesis Penelitian .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	19
3.2 Objek Penelitian.....	20
3.3 Jenis Penelitian .....	20
3.4 Populasi dan Sampel.....	20

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.7 Instrumen Penelitian .....	23
3.7.1 Alat Pengumpulan Data.....	23
3.7.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	24
3.8 Teknik Analisis Data .....	25
3.8.1 Pengukuran Tingkat Pengaruh .....	26
3.8.2 Merumuskan Bauran Pemasaran .....	30
3.9 Analisa dan Pembahasan .....	30
3.10 Kesimpulan dan Saran .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Uji Instrumen Penelitian .....	32
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	34
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	40
4.5 Uji Dominan atau Koefisien Beta.....	47
4.6 Analisis Deskriptif .....	47
<b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Faktor-faktor yang berpengaruh pada Penjualan UD. Sumber Mutiara ....	49
5.2 Variabel Bauran Pemasaran Jasa Yang Berpengaruh Dominan. ....	55
5.3 Usulan Bauran Pemasaran .....	56
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
6.1 Kesimpulan .....	60
6.2 Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uji Validitas .....	32
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	35
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	35
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji T.....	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi .....	46
Tabel 4. 9 Uji Dominan.....	47
Tabel 5. 1 Hasil Koefisien dan Uji F .....	49
Tabel 5. 2 Hasil Uji T.....	50
Tabel 5. 3 Uji Dominan.....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	17
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian .....	20
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas .....	37







UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
FAKULTAS TEKNIK  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang Telp. (0341) 464318, 464319, 460948, 460948  
Fax (0341) 460782 Malang 65144

**FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : MOH FAUZAN ISNAN  
NIM : 201610140311135  
Judul TA : USULAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN UD. SUMBER MUTIARA

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%)
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	5%
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	24%
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	24%
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	17%
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	12%
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	0%
7.	Jurnal	20%	6%

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

(Teguh Baroto, S.T.,M.T.)

Dosen Pembimbing II

(Dian Palupi Restuputri, S.T.,M.T.)

Menyetujui,  
Koordinator TA

Ikhlusal Amallynda, S.T., M.T

## DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, A. (2016). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perusahaan Waleu Kaos Lampung*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Thesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, D., Jantje, & Lumanauw, B. (2014). *Marketing Mix Pengaruhnya terhadap Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group*, 421-430.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krismono, G. (2011). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kurniasih, E. W. (2016). *Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Pada Batik Zoya*.
- Malik, Z. N. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer Samarinda*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2013). *Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumaatmadja, & Nursid. (2005). *Konsep Dasar Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Karunika Universitas Terbuka.
- Sunyoto, & Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Services.

Swasta, B., Dharmaseta, & Irawan. (2009). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tembajong, G. (2013). *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado*.

Tjiptono, & Fandy. (2011). *Stratei Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

